COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Levallois, le 27 mai 2016

Mediametrie

Audience Internet Ordinateur en France en avril 2016

10,4 millions de « Femmes de Référence du foyer* » surfent sur Internet chaque jour

En avril 2016, 18,4 millions de « Femmes de Référence du Foyer » se sont connectées au moins une fois à Internet depuis un ordinateur.

Chacune y a passé en moyenne 45h sur le mois, soit 2 heures de plus que la moyenne des internautes. C'est sur les blogs et sites communautaires qu'elles passent le plus de temps en moyenne au cours du mois : 7 heures et 53 minutes par personne, soit 1 heure et 56 minutes de plus que la moyenne des internautes. Elles surfent également 7 heures et 7 minutes sur les sites de Jeux en ligne et 3h22 sur leurs e-mails.

Chaque jour, elles sont 10,4 millions (41,6%) à surfer sur internet depuis un ordinateur. Elles y consacrent en moyenne 1h41.

Les sites sur lesquelles les femmes de référence du foyer sont largement majoritaires en mars 2016 sont les sites de Mode / Maison / Cuisine, Famille / Parents et Religion / Spiritualité*. Elles représentent entre 53% et 57% de l'audience de ces sous-catégories alors qu'elles composent 38,5% de la population internaute.

Top 3 des sous-catégories les plus en affinité avec les femmes de référence du foyer en mars 2016

Sous-catégories	Visiteurs uniques mensuels	Couverture visiteurs uniques	Composition audience (%)
Multi-catégories - Mode / Maison / Cuisine	4 653 000	25%	57%
Famille / Parents	3 591 000	20%	54%
Religion / Spiritualité	2 481 000	14%	53%

*La femme de référence est la nouvelle dénomination de la ménagère c'est-à-dire : femme du couple ou femme active la plus âgée du foyer.
** Parmi les sous-catégories dont la couverture sur cible >= 10%

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Avril 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en avril 2016

Le Top 50 des Groupes les plus visités en France

Rang	Groupes	Visiteurs Uniques par mois
1	Google	41 914 000
2	Microsoft	35 537 000
3	Facebook	27 148 000
4	Groupe Figaro CCM Benchmark	23 556 000
5	Webedia	20 243 000
6	Orange	20 032 000
7	Solocal Group	19 316 000
8	Schibsted	16 593 000
9	Wikimedia Foundation	16 147 000
10	Groupe Lagardere	15 776 000
11	Vivendi	15 588 000
12	Amazon	15 099 000
13	Iliad	14 969 000
14	M6	13 574 000
15	Groupe Auchan	13 420 000
16	Groupe Credit Agricole	12 691 000
17	Groupe Le Monde	12 448 000
18	Prisma Media	12 004 000
19	Yahoo	11 941 000
20	La Poste	11 724 000
21	Groupe Casino	11 519 000
22	Ministere de l Economie des Finances et de l Industrie	10 344 000
23	francetélévisions	9 839 000
24	eBay	9 720 000
25	Groupe Numericable - SFR	9 617 000
26	auFeminin	9 303 000
27	Gouvernement Francais	9 289 000
28	Groupe TF1	8 919 000
29	Next Radio TV	8 788 000
30	SNCF France	8 765 000
31	Ministere de l Education Nationale	8 685 000
32	Apple Computer	8 527 000
33	Altice Media Group	8 507 000
34	Carrefour	8 455 000
35	Fnac	8 144 000
36	Association VideoLAN	7 909 000
37	Meteo France	7 406 000
38	Mondadori	7 019 000
39	Assurance Maladie	6 970 000
40	Michelin	6 637 000
41	Kingfisher	6 632 000
42	Groupe Le Parisien	6 556 000
43	20 Minutes France	6 527 000
44	Pole Emploi	6 451 000
45	Groupe Amaury	6 214 000
46	OTTO	6 073 000
47	Societe Generale	5 922 000
48	Caisse Nationale Allocations Familiales CNAF	5 700 000
49	Twitter	5 664 000
50	Dropbox	5 598 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Avril 2016 – Base : 2 ans et plus – Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

mediametrie // NetRatings

Audience Internet Ordinateur en France en avril 2016

Le Top 50 des Sites les plus visités en France

Rang	Marques B	Visiteurs uniques par mois	Visiteurs uniques par jour
1	Google	40 912 000	15 994 000
2	Facebook	27 002 000	8 375 000
3	Microsoft	24 489 000	3 343 000
4	YouTube	24 123 000	4 359 000
5	Orange - T	18 635 000	5 036 000
6	Leboncoin.fr - TS ACPM	16 592 000	2 780 000
7	Windows Live	16 367 000	2 645 000
8	Wikipedia	15 889 000	1 645 000
9	Skype	14 982 000	4 490 000
10	Amazon	14 789 000	1 588 000
11	PagesJaunes	14 521 000	1 218 000
12	Free	14 419 000	1 621 000
13	Cdiscount	10 677 000	840 000
14	Yahoo - T	10 461 000	2 306 000
15	Blogger	9 999 000	765 000
16	France Televisions - TS ACPM	9 839 000	862 000
17	impots.gouv.fr	9 761 000	604 000
18	CommentCaMarche - TS	9 645 000	570 000
19	MSN - T	9 323 000	1 864 000
20	Outlook (Outlook.com)	8 981 000	2 185 000
21	SFR	8 792 000	1 668 000
22	Le Figaro - TS ACPM	8 641 000	789 000
23	Linternaute.com - TS	8 596 000	512 000
24	Apple	8 527 000	879 000
25	Bing	8 377 000	1 325 000
26	Mappy	8 148 000	556 000
27	OverBlog	8 096 000	526 000
28	Fnac	8 087 000	584 000
29	Le Monde - TS ACPM	7 951 000	766 000
30	Videolan	7 909 000	1 136 000
31	Credit Agricole	7 806 000	1 409 000
32	AlloCine - TS	7 547 000	561 000
33	Meteo France - TS	7 406 000	843 000
34	Dailymotion - TS	7 359 000	551 000
35	eBay	7 027 000	889 000
36	Assurance Maladie	6 970 000	528 000
37	MYTF1 - T	6 803 000	526 000
38	Tele Loisirs - TS ACPM	6 792 000	888 000
39	Voyages-Sncf.com	6 633 000	478 000
40	Le Parisien - TS ACPM	6 556 000	497 000
41	20minutes.fr - TS ACPM	6 527 000	543 000
42	Pole Emploi	6 424 000	688 000
43	Le Journal des Femmes - TS	6 323 000	379 000
44	Service-Public.fr - TS ACPM	6 183 000	373 000
45	Marmiton - TS	6 142 000	354 000
46	LA POSTE	6 072 000	954 000
47	ViaMichelin - TS	5 958 000	401 000
48	L Equipe - TS ACPM	5 884 000	810 000
49	Leroy Merlin	5 738 000	395 000
50	Doctissimo - TS ACPM	5 724 000	337 000

Source : Mediametrie//NetRatings – Tous lieux de connexion – Applications Internet incluses – France – Avril 2016 – Base : 2 ans et plus - Copyright Médiamétrie – Tous droits réservés

Définitions et méthodologie

Groupe ou Parent (P) : Le Parent est un niveau qui consolide l'audience d'un ensemble de marques (Brand). Il est important de noter qu'une brand ne peut être comptabilisée que dans un seul Parent.

Le Parent est la société qui est l'actionnaire principal des brands (et non des URLs) qui lui sont rattachées.

Marque ou Brand (B) : La Brand est le niveau « marque ». Une brand est un agrégat de domaines, de sous-domaines et/ou de pages identifiés par un même logo de façon cohérente et homogène.

Channel (C) : Le Channel désigne une thématique/chaîne. Il rassemble les contenus d'une marque qui ont une même thématique. Ce niveau est un sous-ensemble d'URLs de la Brand recoupant la même thématique (exemple : news, mail, etc.).

Visiteurs Uniques par mois : Nombre total d'individus ayant visité un groupe ou un site au moins une fois pour le mois concerné quel que soit leur lieu de connexion : domicile, travail, autres lieux. Les individus ayant visité le même groupe (ou le même site) plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois.

Visiteurs Uniques par jour : Nombre d'individus ayant visité un site au moins une fois au cours d'une journée moyenne pour le mois concerné. Les individus ayant visité le même site plusieurs fois ne sont comptés qu'une seule fois pour cette journée.

Application Internet : Une application Internet regroupe tout fichier « .exe » repéré par le logiciel et qui a été créée pour être utilisée avec Internet.

- Exemples d'applications Internet : applications de messageries instantanées, applications de lecteurs de contenu audio/vidéo, applications de partage de fichiers média...

- Exemples d'applications non Internet : les logiciels basiques (traitement de texte, logiciels de base de données, etc.), les programmes d'installation, les systèmes d'exploitation ou autres logiciels systèmes (impression, etc.).

La mesure d'audience des sites Internet est hybride depuis les résultats du mois d'août 2012. Une notification accompagne le nom des Brands :

- les acteurs ayant participé à la mesure par l'implémentation d'un **T**ag sur au moins 50 % de leur périmètre sont notifiés d'un « **T** »
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé sont notifiés d'un « **TS** » (pour **T**aggé 100 % **S**ite-Centric)
- les acteurs dont le périmètre est intégralement taggé et certifié par l'**ACPM*** sont notifiés d'un « **TS ACPM** »

* ACPM : Alliance pour les Chiffres de la Presse et des Médias, fusion de l'OJD et d'Audipresse.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Audience Internet Ordinateur en France en avril 2016

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur

La mesure de l'Audience Internet Ordinateur s'appuie sur le Panel France de Mediametrie//NetRatings, un échantillon de 20 000 individus, recrutés par téléphone et sur Internet, représentatif de la population des internautes français sur ordinateur âgés de 2 ans et plus, résidant en France et disposant d'un accès Internet à domicile et / ou sur le lieu de travail. La mesure de l'Audience Internet Ordinateur est hybride depuis les résultats d'août 2012. Unique et innovante, la méthodologie hybride consiste à enrichir les données du panel Mediametrie//NetRatings par des données site-centric issues des mesures certifiées par l'ACPM, de la mesure eStat et d'un tag light proposé aux acteurs ne disposant pas d'une mesure site-centric certifiée. Les informations d'audience et d'usage Internet sur ordinateur sont disponibles mensuellement sur plus de 8 000 sites, par cible (les femmes, les jeunes, les seniors, les cadres...), par catégorie de sites (sites d'actualités, sites e-commerce, sites de voyages...) et par lieu de connexion (domicile, lieu de travail, domicile et travail ou tous lieux de connexion).

A propos de Médiamétrie et Mediametrie//NetRatings

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, l'Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2015, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 85,8 M€.

Mediametrie//NetRatings est la société créée et détenue conjointement par Médiamétrie et Nielsen. Mediametrie//NetRatings développe et commercialise en France les mesures de référence de l'audience Internet et de l'efficacité online.

Web : www.mediametrie.fr
Twitter : www.twitter.com/Mediametrie
Facebook : www.facebook.com/Mediametrie

Contact Presse :
Jeanne Laversin
Tél : 01 47 58 97 83
jlaversin@mediametrie.fr